

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PACKAGING* DAN *PRICE* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KOPI PESENKOPI  
DI KOTA MALANG**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh :

**Celvin Thomas**

**201510160311269**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2020**

# PENGARUH BRAND IMAGE, PACKAGING, DAN PRICE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KOPI PESENKOPI DI KOTA MALANG

Nama : **Celvin Thomas**  
NIM : **201510160311269**  
Jurusan : **Manajemen**

### Susunan Tim Penguji:

Penguji I : **Dr. Widayat, M.M.**  
Penguji II : **Dr. Iqbal Robbie, M.M.**  
Penguji III : **Dra. Sandra Irawati, M.M.**  
Penguji IV : **Dr. Eko Handayanto, M.M.**

Ketua Jurusan,

Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Dr. Marsudi, M.M.



#### PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **Celvin Thomas**

NIM : 201510160311269

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan dari karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan referensi dalam skripsi ini, secara tertulis dan jelas dicantumkan dengan menyebutkan nama pengarang dan dituliskan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 11 Maret 2020

Yang Membuat Pernyataan,



**Celvin Thomas**

## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Packaging*, dan *Price* terhadap Keputusan Pembelian Es Kopi Pesenkopi di Kota Malang” ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Malang. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis dengan tulus dan rendah hati ingin menyampaikan rasa terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Dr. H. Fauzan, M.Pd., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Idah Zuhroh, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. H. Marsudi, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. Eko Handayanto, M.M., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran memberikan pengarahan, saran, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Dra. Sandra Irawati, M.M., selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan penuh kesabaran memberikan pengarahan, saran, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Kedua orang tua penulis yang tidak henti-hentinya memberikan do'a dengan tulus, dukungan, dan semua pengorbanannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
8. Sahabat sejak SMA penulis “Begundal” yaitu Vika, Prisilia, Dewi, Dhita, Venna, Lika, Putri, Tutuk, dan Elmera yang memberikan motivasi dan dukungan dalam proses penyusunan skripsi.

9. Rekan-rekan “Gucci Gang” yaitu Risma Nur Anggraini, Nidhia Adila, Rima Muktianis, Presintia Citra, Aradea Oktafisanti, Rini Kusumawardani dan Mutiara Putri Hananda yang memberikan dukungan, motivasi dan saran sejak awal masuk kuliah.
10. Teman-teman “Doremi” yaitu Aradea, Risma, Citra, Rini, Mutiara, Ovita, Hapsari, Abdil, Arifani, Wirata, Satria, Syahrul, Dimas, Timur yang telah memberi dukungan dari sejak semester 1.
11. Rekan-rekan seperjuangan Manajemen kelas E angkatan 2015.
12. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat dibutuhkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan. Aamiin.

Wassalamu’alaikum Wr. Wb.

Malang, 13 Januari 2020

Celvin Thomas



## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Masalah.....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKAN DAN PERUMUSAN MASALAH .....</b>	<b>10</b>
A. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	10
B. Tinjauan Pustaka .....	11
1. Dasar Teori.....	11
2. Keputusan Pembelian.....	13
3. <i>Brand image</i> .....	15
4. <i>Packaging</i> .....	16
5. <i>Price</i> .....	17
C. Kerangka Pikir dan Perumusan Hipotesis.....	18
1. Kerangka Pikir.....	18
2. Perumusan Hipotesis .....	19
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>21</b>
A. Lokasi Penelitian.....	21
B. Jenis Penelitian.....	21
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	21
1. Populasi .....	21
2. Sampel.....	22
3. Teknik Penentuan Sampel.....	23

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	23
1. Definisi Operasional.....	23
2. Pengukuran Variabel.....	24
E. Jenis dan Sumber Data.....	25
1. Jenis Data.....	25
2. Sumber Data.....	25
F. Teknik Pengumpulan Data.....	25
G. Teknik Analisis Data.....	26
1. Rentang Skala.....	26
2. Regresi Berganda.....	27
H. Uji Intrumen Penelitian.....	27
1. Uji Validitas.....	27
2. Uji Reliabilitas.....	28
I. Uji Asumsi Klasik.....	29
1. Uji Normalitas.....	29
2. Uji Heteroskedastisitas.....	29
3. Uji Multikolinieritas.....	30
4. Uji Autokorelasi.....	30
J. Uji Hipotesis.....	31
1. Uji T.....	31
2. Uji F.....	31
<b>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>32</b>
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	32
1. Gambaran Umum Pesenkopi.....	32
2. Karakter Responden.....	33
B. Deskripsi Variabel.....	34
1. Deskripsi Variabel <i>Brand Image</i> .....	35
2. Deskripsi Variabel <i>Packaging</i> .....	37
3. Deskripsi Variabel <i>Price</i> .....	39
4. Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	40

C. Hasil Uji Instrumental .....	42
1. Uji Validitas .....	42
2. Uji Reliabilitas.....	43
D. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	44
1. Uji Normalitas .....	44
2. Uji Multikolonieritas .....	45
3. Uji Heteroskedasitas.....	46
4. Uji Autokorelasi .....	47
E. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	48
F. Keofisien Determinasi.....	49
G. Hasil Uji Hipotesis .....	49
1. Hasil Uji T.....	49
2. Hasil Uji F.....	51
H. Pembahasan Hasil Penelitian .....	51
1. Brand Image, Packaging, Price, dan Keputusan Pembelian pada Pesenkopi.....	51
2. Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Packaging</i> , dan <i>Price</i> secara parsial terhadap Keputusan Pembelian .....	53
3. Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Packaging</i> , <i>Price</i> secara simultan terhadap Keputusan Pembelian .....	56
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>57</b>
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>64</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen.....	12
Gambar 2.2. Kerangka Pikir.....	18

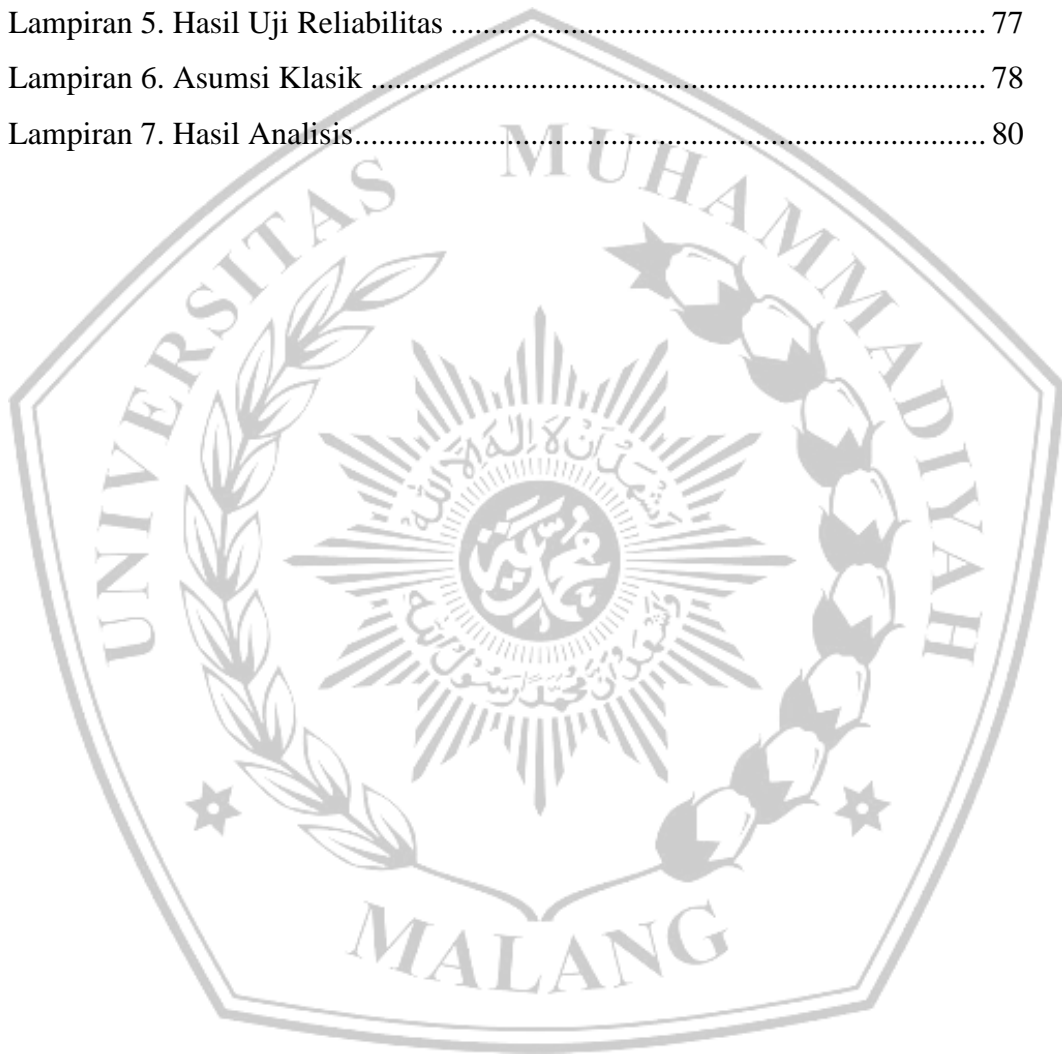


## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Data Informasi Pesenkopi .....	6
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	10
Table 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	24
Tabel 3.2. Tabulasi Pengukuran Variabel .....	25
Tabel 3.3. Rentang Skala Keputusan .....	27
Tabel 4.1. Kategori Responden.....	33
Tabel 4.2. Interpretasi Rentang Skala .....	35
Tabel 4.3. Deskripsi Jawaban Variabel <i>Brand Image</i> .....	35
Tabel 4.4. Deskripsi Jawaban Variabel <i>Packaging</i> .....	37
Tabel 4.5. Deskripsi Jawaban Variabel <i>Price</i> .....	39
Tabel 4.6. Deskripsi Jawaban Variabel Keputusan Pembelian.....	41
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas .....	44
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas .....	45
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolonieritas .....	46
Tabel 4.11. Hasil Uji Heterokedasitas.....	46
Tabel 4.12. Hasil Uji Autokorelasi .....	47
Tabel 4.13. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	48
Tabel 4.14. Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4.15. Hasil Uji T Variabel <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	50
Tabel 4.16. Hasil Uji T Variabel <i>Packaging</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.17. Hasil Uji T Variabel <i>Price</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	50
Tabel 4.18. Hasil Uji F.....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian .....	64
Lampiran 2. Data Responden .....	69
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	72
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas .....	75
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas .....	77
Lampiran 6. Asumsi Klasik .....	78
Lampiran 7. Hasil Analisis.....	80



## DAFTAR PUSTAKA

- Akbari, M., Gholizadeh, M. H., & Zomorodi, M. 2018. "Islamic Symbols In Food Packaging And Purchase Intention Of Muslim Consumers". *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 9, No. 1, Hlm: 117-131.
- Chaterina, I. 2016. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E'CHICK. *PERFORMA*, Vol. 1, No. 3, hlm: 339-348.
- Darmawan, D. 2017. "Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik"
- de Medeiros, J. F., Ribeiro, J. L. D., & Cortimiglia, M. N. 2016. "Influence Of Perceived Value On Purchasing Decisions Of Green Products In Brazil". *Journal of Cleaner Production*, Vol: 110, Hlm: 158-169
- Dhiya'u Shidiqy. 2016. "Pengaruh Penggunaan Peringatan Visual Dalam Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Respon Emosional Sebagai Variabel Pemediasi" (Studi Kasus Pada Pembeli Rokok Sampoerna a Mild Di Warung Kopi Waris Tulungagung). State University of Malang.
- Eldesouky, A., & Mesias, F. 2014. "An Insight Into The Influence Of Packaging And Presentation Format On Consumer Purchasing Attitudes Towards Cheese: A Qualitative study". *Spanish Journal of Agricultural Research*, Vol. 12, No. 2, Hlm: 305-312.
- Firdaus, S., Mariyudi, M., & Zulkarnaen, T. 2018. "Pengaruh Brand Aweraness Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Mahasiswa Yang Berbelanja Oenline Di Kota Banda Aceh". *Jurnal Manajemen Indonesia (J-MIND)*, Vol. 2, Hal. 1, hlm: 69-117.
- Foubert, B., Breugelmans, E., Gedenk, K., & Rolef, C. 2018. "Something Free Or Something Off? A Comparative Study Of The Purchase Effects Of Premiums And Price Cuts". *Journal of Retailing*, Vol. 94, No. 1, Hlm: 5-20.
- Galati, A., Tinervia, S., Tulone, A., Crescimanno, M., & Rizzo, G. 2018. "Label Style and Color Contribution to Explain Market Price Difference in Italian Red Wines Sold in the Chinese Wine Market". *Journal of international food & agribusiness marketing*, Vol. 30, No. 2, Hlm: 175-190.
- Giskes, K., Van Lenthe, F. J., Brug, J., Mackenbach, J. P., & Turrell, G. 2007. "Socioeconomic Inequalities In Food Purchasing: The Contribution Of Respondent - Perceived And Actual (Objectively Measured) Price And Availability Of Foods". *Preventive medicine*, Vol. 45, No. 1, Hlm: 41-48.
- Harminingtyas, R. 2013. "Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen". Pada Produk Rokok Kretek Merek DJI SAM SOE di Kota Semarang. *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 5, No. 2, hlm: 1-18.

- Kobayashi, M. L., & Benassi, M. D. T. 2015. "Impact Of Packaging Characteristics On Consumer Purchase Intention: Instant Coffee In Refill Packs And Glass Jars". *Journal of Sensory Studies*, Vol. 30, No. 3, Hlm: 169-180.
- Koutsimanis, G., Getter, K., Behe, B., Harte, J., & Almenar, E. 2012. "Influences Of Packaging Attributes On Consumer Purchase Decisions For Fresh Produce". *Appetite*, Vol. 59. No. 2, Hlm: 270-280.
- Lasander, C. 2013." Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 3.
- Lenzun, J. J., Massie, J. D., & Adare, D. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 2, No. 3.
- Madyan, I. S., & Tiarawati, M. 2018. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pond's Flawless White". *BISMA (Bisnis dan Manajemen)*, Vol. 6, No. 2, hlm: 98-105.
- Mandey, J. B. 2013. "Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 1, No. 4.
- Martinho, G., Pires, A., Portela, G., & Fonseca, M. 2015. "Factors Affecting Consumers' Choices Concerning Sustainable Packaging During Product Purchase And Recycling". *Resources, Conservation and Recycling*, Vol: 103, Hlm: 58-68.
- Mueller, S., & Szolnoki, G. 2010. "The Relative Influence Of Packaging, Labelling, Branding And Sensory Attributes On Liking And Purchase Intent: Consumers Differ In Their Responsiveness". *Food quality and preference*, Vol. 21, No. 7, Hlm: 774-783.
- Nurzaini, Y., & Khasanah, I. 2018. "Analisi Pengaruh Diferensiasi Produk, Citra Merek, Prefrensi Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 7, No. 2, hlm: 360-370.
- Ogba, I. E., & Tan, Z. 2009. "Exploring The Impact Of Brand Image On Customer Loyalty And Commitment In Chin". *Journal of Technology Management in China*, Vol. 4, No. 2, hlm: 132-144.
- Puspita, I. 2015. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Psikologis Konsumen Yang Berdampak Terhadap Keputusan Pembelian" (Studi Pada Konsumen Kopi Kapal Api Jl. Jaksa Agung Suprpto Gang 1 RW. 02 Kelurahan Samaan Kecamatan Klojen Kota Malang Provinsi Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 25, Hal. 1.



- Rakhman, A., & Rahayu, T. S. M. 2014. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Variasi Audio Mobil di Subur Audioworkshop Purwokerto". *MEDIA EKONOMI*, Vol. 14, No. 1.
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. 2015. "Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik". *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, Vol. 13, No. 1, hlm: 1-20.
- Rumondor, P. W., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan". *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 5, No. 2.
- Salem, M. Z. 2018. "Effects Of Perfume Packaging On Basque Female Consumers Purchase Decision In Spain". *Management Decision*, Vol. 56, No. 8, Hlm: 1748-1768.
- Setiawan, W. 2014. "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Toyota Avanza Tipe G Di Surabaya". *Jurnal Strategi Pemasaran*, Vol. 2, No. 1, hlm: 1-8.
- Simmonds, G., Woods, A. T., & Spence, C. 2018. " 'Show Me The Goods': Assessing The Effectiveness Of Transparent Packaging Vs. Product Imagery On Product Evaluation". *Food Quality and Preference*, Vol. 63, Hlm: 18-27.
- Susetyarsi, T. 2012. "Kemasan Produk Ditinjau Dari Bahan Kemasan, Bentuk Kemasan Dan Pelabelan Pada Kemasan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian" (Pada Produk Minuman Mizone Di Kota Semarang). *Jurnal STIE Semarang*, Vol. 4, No. 3, hlm: 1-28.
- Taghavi, M. S., & Seyedsalehi, A. 2015. "The Effect Of Packaging And Brand On Children's And Parents' Purchasing Decisions And The Moderating Role Of Pester Power". *British Food Journal*, Vol. 117, No. 8, Hlm: 2017-2038.
- Waheed, S., Khan, M. M., & Ahmad, N. 2018. "Product Packaging And Consumer Purchase Intentions". *Market Forces College of Management Sciences*, Vol. 13, No. 2.
- Wahyuni, S., & Ginting, M. 2017. "The Impact Of Product Quality, Price And Distribution On Purchasing Decision On The Astra Motor Products In Jakarta". *Arthatama Journal of Business Management and Accounting*, Vol. 1, No. 1, Hlm: 18-26.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. 2018. "Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik". *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, Vol. 3, No. 1, Hlm: 11-18.

PENGARUH CITRA MEREK, KEMASAN, DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KOPI CREAMY  
PESENKOPI DI KOTA MALANG

ORIGINALITY REPORT

3%

SIMILARITY INDEX

4%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

[ejournal.unsri.ac.id](http://ejournal.unsri.ac.id)

Internet Source

3%

Exclude quotes

On

Exclude matches

< 2%

Exclude bibliography

On